

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Purwakarta adalah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kabupaten Purwakarta berjarak kurang lebih 80 km sebelah tenggara Jakarta. Luas wilayah Purwakarta kurang lebih 971,72 km². Populasi Total sekitar 921.598 jiwa. Terdiri dari 17 Kecamatan, 183 Desa dan 9 Kelurahan. Kabupaten Purwakarta merupakan Kabupaten Terkecil di Jawa Barat. (<http://www.kuwaluhan.com/2017/07/daftar-kabupaten-dan-kota-terkecil-di.html> diakses tanggal 5 Februari 2018 pukul 15.30)

Kabupaten Purwakarta merupakan daerah yang diapit oleh dua kota besar, yaitu Jakarta dan Bandung dan menjadi salah satu jalur utama trans Jawa menuju Jawa Tengah sehingga Kabupaten Purwakarta menjadi daerah transit. Dari segi transportasi darat, Kabupaten Purwakarta merupakan jalan utama yang dilewati oleh jalan raya antar provinsi, jalan tol, dan juga kereta api.

Tabel 1. 1 Peningkatan Kunjungan Wisatawan dari Purwakarta Berkarakter (2008-2012) hingga Purwakarta Istimewa (2013-sekarang)

NO	Tahun	Jumlah Kunjungan		Jumlah Kunjungan
		Wisatawan mancanegara	Wisatawan nusantara	
1	2008	236	98.109	98.345
2	2009	243	103.167	103.410
3	2010	259	114.323	114.582
4	2011	272	127.042	127.314
5	2012	286	141.174	141.460
6	2013	315	443.244	443.559
7	2014	663	426.733	427.366
8	2015	918	453.180	454.098
9	2016	1.280	902.605	903.885

Sumber: Disporabudpar Kabupaten Purwakarta

Walaupun Kabupaten Purwakarta merupakan Kabupaten terkecil di Jawa Barat, namun Kabupaten Purwakarta mengalami peningkatan kunjungan wisatawan antara tahun 2012 hingga 2013 sebanyak tiga kali lipat dan pada tahun 2015 hingga 2016 sebanyak dua kali lipat. Peningkatan jumlah wisatawan ini pun terjadi karena adanya proses *re-branding* pada konsep *city branding* yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Purwakarta pada tahun 2012.

Awal pembentukan *city branding* Kabupaten Purwakarta adalah pada saat Tubagus Lily Hambali Hasan menjabat sebagai Bupati Kabupaten Purwakarta pada tahun 2003-2008. Saat itu slogan *city branding* yang diusung adalah Purwakarta Bertasbeh. Tasbeh sendiri merupakan singkatan dari tertib aman sehat hidup elok. Namun pembangunan kota baik sarana atau prasarananya tidak menunjang *city branding* yang dibuat dan tidak memiliki ciri khas dari Purwakarta sendiri. Untuk itu pada saat Dedi Mulyadi menjabat menjadi Bupati pada periode 1 di tahun 2008, *city branding* Purwakarta Bertasbeh pun diubah menjadi Purwakarta Berkarakter. Namun pada periode 2 di tahun 2013 tagline tersebut berubah menjadi Purwakarta Istimewa. Setelah Kabupaten Purwakarta melakukan *rebranding*, terdapat peningkatan jumlah wisatawan hingga tiga kali lipat antara tahun 2012 dan 2013. (sumber: Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Purwakarta)

Dedi Mulyadi mengatakan bahwa seluruh pembangunan di Kabupaten Purwakarta baik sarana ataupun tempat wisatanya selalu identik dengan budaya Sundanya yang kuat. Dulu pembangunan dan kebudayaan merupakan hal yang berbeda dan hanya menjadi program pemerintah, sekarang kebudayaan mampu diwujudkan dalam hal teknis di Kabupaten Purwakarta. (<http://www.beritasatu.com/nasional/353197-apresiasi-budayawan-pemkab-purwakarta-gelar-inagurasi-purwakarta-berbudaya.html> diakses tanggal 19 Desember 2017 pukul 13.33)

Peneliti pun melakukan pra riset dengan Kepala Seksi Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Purwakarta, bapak Acep Yulimulya. Pemerintah daerah Kabupaten Purwakarta ingin membentuk identitas Kabupaten Purwakarta sebagai daerah dengan budaya Sunda yang kuat.

“...Pemerintah daerah Kabupaten Purwakarta memang telah membentuk identitas Kabupaten Purwakarta menjadi kota dengan budaya Sunda yang kuat. Dedi Mulyadi Selaku Bupati Purwakarta telah menginstruksikan untuk fokus terhadap pelestarian budaya Sunda dengan cara menanamkan karakter budaya yang kuat pada masyarakatnya.” (wawancara Bapak Acep tanggal 3 Oktober 2017)

Pemerintah daerah Kabupaten Purwakarta melakukan *re-branding* terhadap slogan karena Purwakarta Berkarakter dan Purwakarta Istimewa saling berkaitan satu sama lain. Pada slogan Purwakarta Berkarakter, pemerintah fokus pada pembentukan budaya Sunda yang kuat di masyarakatnya. Sedangkan slogan Purwakarta Istimewa memiliki arti bahwa pemerintah daerah ingin mensejahterakan masyarakat seluruh Kabupaten Purwakarta dengan cara mengistimewakan masyarakatnya melalui pelayanan, mulai dari pendidikan, kesehatan, pembangunan hingga budaya melalui 9 kebijakan pembangunan.

Berdasarkan data dari Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Purwakarta, terdapat 9 langkah pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Purwakarta dalam mengistimewakan masyarakatnya yaitu:

1. Peningkatan kualitas hidup masyarakat berpenghasilan rendah. melalui bantuan pembangunan rumah tidak layak huni, pemberian bantuan modal peternakan /modal usaha.
2. Perlindungan jaminan kesehatan, hari tua dan kematian bagi seluruh masyarakat, Peningkatan kualitas Puskesmas Rawat Inap dan pembentukan Bank Gizi di setiap Puskesmas.
3. Pengembangan sistem penyelenggaraan pendidikan yang berbasis kearifan lokal yang bernilai religiusitas, melalui pengenalan baca tulis Al-Qur'an sejak dini, Integrasi Pendidikan dasar 9 tahun, Penguatan nilai hari istimewa, Pendidikan gratis bagi masyarakat berpenghasilan rendah sampai tingkat SLTA, Beasiswa bagi siswa/mahasiswa berprestasi istimewa, optimalisasi bantuan kelembagaan sosial dan keagamaan sebagai basis ketahanan kultur/tradisi serta peningkatan kualitas hidup para pendidik tradisi (guru ngaji, muadzin, imam jum'at, khotib dan lain-lain)
4. Pengembangan sistem pertanian organik di 17 Kecamatan yang terintegrasi serta penguatan pusat pengobatan tradisional dan Lumbung obat.
5. Penyempurnaan pembangunan infrastruktur jalan, jembatan, irigasi, jaringan listrik, drainase perkotaan serta pengembangan sistem dan jaringan air bersih siap minum bagi masyarakat.

6. Pengembangan layanan administrasi pemerintahan yang berbasis perdesaan melalui penguatan sistem *E-Government* sampai tingkat RT, serta peningkatan kualitas hidup kepala desa/perangkat desa.
7. Pembukaan kawasan industri baru serta pengembangan kawasan kota hijau.
8. Pengembangan Purwakarta sebagai kabupaten Pariwisata melalui penataan ruang publik, pengembangan pusat kuliner serta penataan kawasan perdagangan ciri khas Purwakarta.
9. Penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Pasar Tradisional dan penataan pusat perbelanjaan.

“Pemerintah Kabupaten Purwakarta memiliki program 9 kebijakan pembangunan untuk membentuk konsep city branding dengan mengikutsertakan masyarakatnya langsung dan mampu mensejahterakan masyarakat.. Nah kalau sembilan kebijakan tersebut sudah berjalan, kan kunjungan wisata Kabupaten Purwakarta juga pasti otomatis juga meningkat. Sekarang pemerintah daerah memang fokus untuk meningkatkan destinasi wisata yang mendorong pelestarian budaya Sunda berbasis teknologi. Contohnya Kabupaten Purwakarta memiliki 3 museum berbasis teknologi yaitu Diorama Bale Panyawangan yang berisi sejarah Kabupaten Purwakarta, Diorama Nusantara yang berisi sejarah Indonesia, dan Galeri wayang yang berisi koleksi wayang dari seluruh Indonesia. Biar menarik perhatian wisatawan atau masyarakat Purwakarta, 3 museum tersebut sudah berbasis digital. Tujuan dibangunnya 3 museum ini untuk mendorong masyarakat Kabupaten Purwakarta dan wisatawan dapat mengetahui mengenai sejarah serta budaya Indonesia, khususnya Jawa Barat” (wawancara Bapak Acep tanggal 3 Oktober 2017).

Berdasarkan pemaparan diatas diketahui bahwa pemerintah daerah berusaha untuk memenuhi 9 program kebijakan pembangunan demi membangun konsep *city branding* Purwakarta Istimewa yang mengistimewakan masyarakatnya melalui pembangunan sarana atau pra sarana kotanya. Selain itu Kabupaten Purwakarta juga melakukan pengembangan sebagai daerah pariwisata pada program ke 8 dari 9 program kebijakan pembangunan untuk meningkatkan jumlah wisatawannya yaitu melalui penataan ruang publik, penataan pusat kuliner dan kawasan perdagangan ciri khas Kabupaten Purwakarta.

Saat ini pemerintah daerah Kabupaten Purwakarta juga fokus pada penataan ruang publik dengan dibangunnya atribut kota yang mencirikan identitas Kabupaten Purwakarta sebagai daerah dengan budaya Sundanya yang

kuat. Pemerintah Kabupaten Purwakarta juga fokus untuk membangun destinasi wisata yang menggabungkan budaya sunda yang berbasis dengan teknologi seperti pembangunan museum. Selain museum, Kabupaten Purwakarta juga memiliki icon objek wisata baru yaitu Air Mancur Taman Sri Baduga Situ Buleud yang baru dibuka pada tahun 2016. Taman air mancur ini mampu meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi kabupaten Purwakarta hingga dua kali lipat antara tahun 2015 hingga 2016.

Menurut Kavaratzis (2004), *City branding* sangat terkait dengan konstruksi, komunikasi dan pengelolaan citra kota. (Yananda dan Salamah, 2015:145). Dalam komunikasi, *city branding* menjadi penting untuk diteliti karena merupakan bagian dari marketing communication sebuah kota untuk menciptakan persepsi kepada konsumen.

Konsep *city branding* adalah salah satu cara bagaimana citra kota dari sebuah daerah dikomunikasikan kepada khalayak. Daerah yang memiliki citra kota yang positif dibenak khalayak akan lebih diperhitungkan dalam konteks persaingan dengan kota lainnya. Citra kota tersebut akan mendorong pembangunan ekonomi kota yang kompetitif secara berkelanjutan

Menurut Hasan (2015:427), penerapan *city branding* di suatu wilayah menuntut perlakuan merek sebagai seluruh entitas produk, untuk mencapai konsistensi dalam pesan promosi yang menghubungkan wilayah tersebut. Dalam pariwisata, isolasi citra destinasi yang indah dan menarik perlu dibangun di lokasi destinasi, setidaknya dengan perencanaan dan intervensi desain, pembangunan infrastruktur dan struktur social sebuah daerah yang kemudian dikomunikasikan melalui sikap umum kegiatan yang menggerakkan emosional lokalitas.

Utama (2017:6) menjelaskan bahwa pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah daerah. Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang berkunjung puas terhadap destinasi wisata dengan berbagai atribut yang ditawarkan. Wisatawan yang puas akan cenderung untuk loyal untuk mengulang liburannya dimasa mendatang, dan memungkinkan mereka merekomendasikan kepada kerabatnya untuk berlibur ditempat yang sama.

Berdasarkan penjelasan diatas, pemerintah Kabupaten Purwakarta membuat konsep *city branding* Purwakarta Istimewa untuk membangun infrastruktur kota dengan membuat atribut kota yang mencirikan budaya Sunda. Pembangunan atribut kota tersebut bertujuan untuk mencirikan identitas Kabupaten Purwakarta sebagai daerah dengan budaya Sunda yang kuat di khalayak sehingga mampu meningkatkan kunjungan wisatawan. Namun pembentukan identitas tersebut membutuhkan sebuah proses *branding*, dimulai dari pembentukan identitas Kabupaten Purwakarta hingga bagaimana citra Kabupaten Purwakarta dibenak khalayak. Untuk itu, peneliti pun ingin meneliti analisis proses *branding* yang dilakkukan oleh pemerintah Kabupaten Purwakarta.

1.2 Fokus penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka fokus penelitian ini adalah analisis proses *branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Purwakarta.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang akan diteliti adalah analisis proses *branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Purwakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses *branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan teoritis

1. Berguna sebagai bahan rujukan untuk membantu penelitian lain khususnya mengenai proses *branding* sebuah daerah.
2. Menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang proses *branding* sebuah daerah dan pengaplikasiannya

b. Kegunaan Praktis

1. Sebagai contoh bagi kota atau kabupaten lainnya yang mengenai proses *branding* daerah.

1.6 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian ini disusun dan dimulai dari minggu pertama pada bulan September. Peneliti menyusun tahapan penelitian kedalam jadwal penelitian dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan															
	September 2017				Oktober 2017				November 2017				Desember 2017		Januari 2018	
Bab 1	■	■	■	■												
Bab 2					■	■	■									
Bab 3						■	■	■	■							
Desk Evaluation									■	■	■	■				
Bab 4													■	■	■	
Bab 5															■	
Sidang Skripsi															■	

Sumber: Olahan Penulis